

# PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : **2002-024620**

(43)Date of publication of application : **25.01.2002**

(51)Int.Cl.

**G06F 17/60**

(21)Application number : **2000-211676**

(71)Applicant : **RACCOON:KK**

(22)Date of filing : **12.07.2000**

(72)Inventor : **KASUYA TOSHIYUKI**

## (54) AUCTION SYSTEM USING E-MAIL

### (57)Abstract:

**PROBLEM TO BE SOLVED:** To provide an auction system capable of ensuring the anonymity of a sales company to many and unspecified persons and realizing positive sales activity.

**SOLUTION:** Commodity detailed information of a selling commodity having an applied bidding format is distributed all at once to all of target membership members via an E-mail, and bidding is received through the E-mail using the bidding format. The target membership members can bid once for one item within a bidding term.

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公 開 特 許 公 報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-24620

(P2002-24620A)

(43) 公開日 平成14年1月25日 (2002.1.25)

(51) Int.Cl. <sup>7</sup>	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
G 0 6 F 17/60	3 1 6	G 0 6 F 17/60	3 1 6 5 B 0 4 9

審査請求 未請求 請求項の数 2 O L (全 4 頁)

(21) 出願番号 特願2000-211676(P2000-211676)

(22) 出願日 平成12年7月12日(2000.7.12)

(71) 出願人 500160608

株式会社ラクーン

東京都渋谷区道玄坂1丁目19番9号 第一  
ビル2階

(72) 発明者 粕谷 俊之

東京都港区麻布十番1-19-9

(74) 代理人 100062823

弁理士 山本 亮一 (外3名)

Fターム(参考) 5B049 BB36 GG04

(54) 【発明の名称】 Eメールを利用したオークションシステム

(57) 【要約】

【課題】 販売企業の不特定多数者への匿名性が確保でき、積極的な販売活動が実現可能な新たなオークションシステムを提供する。

【解決手段】 入札フォーマットを付した販売を希望する商品の詳細情報をターゲット会員メンバー全員に一斉にEメール配信し、入札を入札フォーマットを用いたEメールによって行う。ターゲット会員メンバーは、入札期限内に1品目1回に限りの入札ができるようにすることができる。

#### 【特許請求の範囲】

【請求項 1】 入札フォーマットを付した販売を希望する商品の詳細情報をターゲット会員メンバー全員に一斉にEメール配信し、入札を入札フォーマットを用いたEメールによって行うことを特徴とするEメールを利用したオークションシステム。

【請求項 2】 商品の詳細情報をEメール配信されたターゲット会員メンバーは、1回に限り入札ができることを特徴とする請求項 1に記載のEメールを利用したオークションシステム。

#### 【発明の詳細な説明】

##### 【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、Eメールを利用した商品等の販売におけるオークション方式に関する。

##### 【0002】

【従来の技術】インターネットの発達に伴い、何処からでも誰もが情報発信することができ、また何処からでも誰でもがその情報にアクセスすることができるようになってきた。商品販売においてこのことは、革新的な変化を及ぼしつつある。新たな販売方法として、いわゆるインターネットオークション方式が特に注目を集めている。オークションとは、提示された商品の価格をある一定期間買い手に競わせ、入札締め切り時点でもっとも高い値段をつけた買い手に販売するというシステムである。

【0003】オークション方式そのものは、古くから存在しており、貴重品、稀覯品等極めて特異な物品に対して、一堂に会して売買を仲介する方式として従来行われてきたが、インターネットを利用することによって、オークションへの参加者が一堂に会する必要がなくなり、一気にその参加者が拡大され、その売買対象品目も、従来の貴重品、稀覯品等極めて特異な一品物品から一般の大量製造商品等一気に拡張されつつある。契約の即時成立性や、仲買・問屋等を排除できる流通機構の合理化等、多くの利点の実現されている。

【0004】しかし、オークションがもともと特定の一品を競売することから始まったものであり、いわゆるB to Cの小売りに徹する場合や、商品を一括で販売する場合にはインターネット上でのオークションも有効であるが、大量製造品のB to Bの場合には、売買数量によって単価も変動すること等を考慮すると、必ずしもその販売方法にインターネットオークションが向いているとは限らない。また、たとえば過剰在庫を早期に販売する必要が生じた場合などでは、販売企業にとって自社ブランドのステータスを崩したくないという考えや、商品の値崩れを防ぎたい考えから、自社名や商品名（ブランド名）等を匿名にして販売したいという意図がある場合も多く、インターネットという不特定多数の者が見ることのできる媒体による販売方式では不具合が生じることがある。

【0005】さらに、インターネット上でのオークションは、不特定多数の者を相手とするため、新たな顧客が増える可能性が強いという利点がある反面、購入希望者がオークションサイトを見つけ出し入札するまで待つという、販売企業にとって受動的な部分が大きいことから、ターゲットを絞り込んでの積極的な販売活動が行い難く、予定数量の販売を実現するまでに時間を要しやすい等、それだけで稼動することが難しい面もある。購入意思の無い者または購入意思の薄い者も入札できるため、それらの者により、必要以上に値段が吊り上げられることもあり、販売したい商品の本当の市場価値をオークションにより知りたい企業にとっては、その正確なデータが取りづらいことも問題点として指摘されている。

##### 【0006】

【発明が解決しようとする課題】本発明は、上記の問題点に鑑み、販売企業の不特定多数者への匿名性が確保でき、積極的な販売活動が実現可能な新たなオークションシステムを提供することを課題とする。

##### 【0007】

【課題を解決するための手段】本発明は、上記の課題を解決するために、入札フォーマットを付した販売を希望する商品の詳細情報をターゲット会員メンバー全員に一斉にEメール配信し、入札を入札フォーマットを用いたEメールによって行う。ターゲット会員メンバーは、入札期限内に1品目1回に限りの入札ができるようにすることができる。

##### 【0008】

【発明の実施の形態】本発明のEメールによるオークション方式は、予め登録された会員制メンバーにおける、いわばクローズドオークション方式である。会員中の販売希望者から販売したい商品がシステム管理者に提示されることから開始する。この場合、販売したい商品のスペック・性能・特徴・最低価格・数量・予定納期・商品情報等が提示される。商品販売希望が提示されると、システム管理者は、商品情報等の必要事項を所定のフォーマットの形に整理・編集する。この場合、原則として出所・ブランド名は表示する必要はないものとする。

【0009】所定のフォーマットの形に整理された商品情報は、入札フォーマットと一緒に組み入れられた上で、入札期限が明示されて、ターゲット会員メンバー全員に一斉にEメール配信される。商品情報には、商品1品目の詳細情報とする必要は必ずしもない。たとえば衣料品等においては、サイズや色違い等のシリーズ物や、上下服、肌着と表着、帽子からハンドバッグ・靴等までのコーディネート物、自動車やオートバイの場合などでは排気量クラス別や、セダントype・RV・ワゴン等の用途別シリーズ物等を一括して提示することも可能である。

##### 【0010】入札フォーマットは、その中の入札マーク

をクリックするだけで、入札事項がEメールで発信できるようにプログラムが埋め込まれていることが好ましい。さらに、クリックして入札した際に、入札内容を記録する控えデータを作成しておく機能、また、使用してしまった入札フォーマットを補充・複製する機能が組み込まれることがより好ましい。後述するように、入札期間内の入札回数を制限する場合には、複数案内されている品目毎に入札回数をカウントして、補充・複製される入札フォーマットから入札回数制限に達した品目毎に削除することも可能である。

【0011】入札フォーマットには、入札に際して入札者の記入する手間が省けるように、Eメール受信者に関する所要事項等、たとえば、氏名（社名）、住所（所在地）、事前に登録されている商品発送先や、入札商品名・数量・購入希望価格、等々、をターゲット会員メンバー毎に全て記入しておくことが望ましい。すなわち、入札希望者は、希望数量と希望金額を記入だけで済むことが望ましい。入札期間内に、購入を希望する会員は入札フォーマットに購入希望金額・数量を記入の上、入札する。

【0012】入札期限内で入れできる回数は、必ずしも制限する必要はないが、入札可能回数制限を設けることも望ましい。入札可能回数を制限するのは、刻々と替わる情勢に対応して、入札期限内で入札条件を変更することを希望する購入希望者がいる一方、データが重複して間違いが起き易くなることも懸念されること、購入希望者毎に最新の入札を有効とするようにしたとしても、安易な、冷やかし的な入札を誘発しかねないこと、更には、期間限定でたとえば1回限りの入札という方式を用いるとすれば、期限内に充分考えた上での金額が入札されることが想定され、販売希望者にとってその商品の本当の市場価格がはかりやすいこと、等を配慮するからである。

【0013】入札期間経過後、システム管理者は入札データを集計し、購入希望金額上位者から順に、購入希望数量付きで、リストアップする。購入希望金額が同額な場合は、入札の早い者を優先するとすることができる。なお、必要であれば、入札者に関して、匿名としたリストとすることもできる。リストアップされた全てのデータは販売希望会員に提示され、販売希望会員の了解のもとに購入権を得る落札者を決定する。システム運営上の公平性を確保するために、販売希望会員は、原則的にはこの入札結果リストに基づいて落札者を決定するが、販売希望最低価格以上では販売数量に達しなかった場合には、落札とする販売価格をある程度引き下げるか否かを再考する余地が販売希望者に与えられるようにすることができる。

【0014】また、販売数量を満たす最低の購入希望価格で購入希望数量がオーバーし、かつ、入札の早さを考慮しても数量に齟齬が出る場合には、システム管理者が

最下位落札候補者に数量削減を折衝し、折衝が不成立の場合には、入札リストに従って1段下位に繰り下げて、折衝を繰り返すようにする。全ての購入権について決定された後に、システム管理者から販売希望者および全入札者にオークションの結果がEメールで通知される。購入権を得た者は、原則的に、購入をキャンセルすることができないこととするのも一案であり得る。

【0015】決定された購入権に基づいて、商品の引き渡しおよび決済が行われる。商品の引き渡し・決済は通例に従って行われて差し支えないが、販売者・購入者双方の匿名性を確保する必要がある場合には、システム管理者を経由して行うようにすることもできる。すなわち、商品は全量が一旦システム管理者の管理する保管スペースに納品・検品され、購入権を得た者の許に移送される。代金は一旦システム管理者に支払われ、システム管理者から販売者の許に送金される。これらの大量の購入希望者に一括配信するための手段としてのEメールと大量のデータの処理を行う為のコンピュータは重量な役割を果たす。

【0016】インターネットやEメールを利用して売買契約を結ぶには、販売希望者も購入希望者も信用のおける者同士でなければトラブルの原因になり得る。そのために、このEメールオークション方式に参加できる者（企業を含む）は、事前にシステムに登録されている会員制メンバーであることが望ましい。また、オークション参加行為で一定の不信行為を行った会員メンバーをメンバーから排除、排斥させることも必要になる場合がある。登録メンバー会員の募集は、別途行われ。本発明のEメールオークション方式を紹介するホームページ等を設けておくことは、有効な募集手段となるであろう。

【0017】

【発明の効果】本発明によれば、以下のような効果が得られる。

（イ）本発明のEメールオークション方式を利用すると、同一の商品を多数販売している企業にとって、1回のオークションで高価な購入希望価格から順に複数の値段で多数個を販売することができる。

（ロ）インターネット上でのオークション方式とは違い、特定のターゲットに送信するため、過剰在庫処分の際にも、不特定多数に対しては販売側の企業の匿名性が守られやすい。

（ハ）Eメールによるオークション方式では、特定のターゲットに直接詳細資料を送り、Eメールによる返信＝入札してもらうという販売企業者にとって能動的な部分が大きく、インターネット上でのオークションのようなサイトを見つけてくれるまで待つという受動的な部分は小さいので、販売促進効果が得やすい。

（ニ）期間限定で1回限りの入札という方式を用いることにより、期限内に充分考えた上での金額が入札される

ことが想定され、販売希望企業にとってその商品の本当

の市場価格をはかりやすい。